

2016
전북연구원
정책브리프

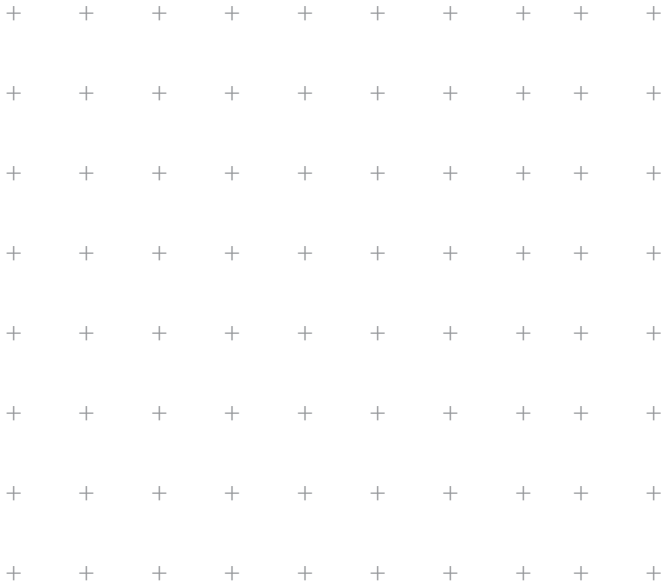
Brief

vol.8
2016. 08. 11

집필자

김수은 (창조경제산업연구부 부연구위원)
장세길 (문화관광연구부 부연구위원)
안동신 (창조경제산업연구부 전문연구원)

골목경제 활성화 전략, 이야기가 있는 생생골목을 만들자



Jeonbuk
Institute

정책브리프 2016년 08월 11일 vol.8 발행인_강현직 발행처_전북연구원 주소_전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696
TEL : 063)280-7100 FAX : 063)286-9206
※전북연구원 정책브리프에 수록된 내용은 연구진의 견해로서 전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.
※정책브리프는 홈페이지(www.jthinkr)에서도 볼 수 있습니다.

C O N T E N T S

골목경제 활성화 전략, 이야기가 있는 생생골목을 만들자

1. 골목경제에 관심을 가져야 하는 이유	04
2. 전라북도 주요 골목자원 현황	06
3. 전라북도 골목경제 활성화 전략 : 생생골목 만들기	08
4. 골목경제 활성화를 위한 제도적 지원방안	13

※이 자료는 전북연구원 정책과제 '전라북도 골목자원을 활용한 골목경제 활성화 방안'연구를 토대로 작성하였음

SUMMARY

골목경제 활성화 전략, 이야기가 있는 생생골목을 만들자

- 골목경제의 공간은 골목으로 상징되는 동네 또는 마을 단위의 소규모 거점 공간으로 소상공인, 주민 등 거주자가 골목경제의 주요 주체가 되며, 거주자는 생산, 판매, 소비의 역할을 동시에 수행하기도 함
 - 골목경제에서 소비되는 상품과 서비스는 상권의 범위가 작고, 대부분 거주민들의 생산, 거래 및 소비가 의식주 등 일상생활에 소요되는 경제활동의 주종을 차지하고 있음
 - 골목경제의 주 생산자는 개인사업체 등 자영업자들로 구성되기 때문에 고용, 매출, 소득 등의 측면에서 영세하며 경기변동에 취약
- 골목경제는 지역경제의 선순환 및 공동체 복원 등 지역의 사회적 가치 실현에 기여하고 있음
 - 도시화 및 산업화로 인해 자동차가 증가하고 대형 마트와 프랜차이즈 상점이 골목상권에 침투하여 과거의 전통적인 모습과 골목의 공동체 기능이 점차 상실되어 가고 있음
 - 골목경제 활성화를 통해 공동체 재생, 사회통합, 자원 재활용, 지속가능한 발전 등 바람직한 사회적 가치창출에 기여 가능
- 최근 골목경제 활성화에 있어 골목자원을 활용한 사례가 다수 있음
 - '서울 목2동 난쟁이마을'과 '광주 양림동 근대문화골목'의 경우 지역주민들과 함께 지역의 자원을 발굴하고, 민·관 협력네트워킹을 구축하여 다양한 사업을 추진
 - 그 결과 지역의 인지도 제고 및 지역 소득 및 일자리 등 경제성과 창출, 지역공동체 복원 등 지속가능한 지역발전 및 지역경제에 기여하고 있음
- 이 글은 지역 내 선순환 경제 구축 및 마을공동체의 가치 복원 등 사회적 가치 실현에 최적의 경제단위인 전라북도 골목 및 골목자원 현황을 조사하고, 이를 활용하여 지속가능한 골목경제 활성화 전략을 제안하기 위해 작성되었음
- 첫째, 1시군 1대표 생생골목 만들기
 - 해당지역의 특별한 문화, 역사, 예술, 음식, 인물 등 이야기가 있는 골목을 발굴하고, 그 골목이 가진 자원의 가치를 극대화함으로써 골목경제공동체 복원 및 지역경제 활성화 확산 도모
- 둘째, 생생골목 협의체 구성
 - 생생골목경제 협의체는 지역주민, 상인, 소상공인, 마을기업(사회적기업), 활동가, 공무원, 지역(도, 시, 군)의원 등 사업과 관련된 구성원들로 조직하고 자율적으로 운영
- 셋째, 생생골목 장소만들기
 - 골목 내 편의시설, 공동체시설과 골목경관 등에 지역의 디자인 개념을 도입·정비하여 랜드마크화 하고, 골목소식지, 골목지도 등을 배치하여 골목홍보 및 매력증진
- 넷째, 생생골목 공동체 프로그램 운영
 - 지역 주민들과 파트너십을 가지고 일할 수 있는 지역 전문가(리더)를 양성하고 골목경제 공동체 정신을 갖추도록 교육과 지원
- 다섯째, 생생골목 패스라인 구축
 - 14개 시군 생생골목을 연계하는 관광패스라인 시스템으로 현재 운영중인 전라북도 관광패스라인과 연계하여 운영

〈골목경제 활성화 방향〉



1. 골목경제에 관심을 가져야 하는 이유

□ 골목경제는 거주자를 중심으로 하는 소규모(영세) 생활경제

- 골목경제의 공간은 골목으로 상징되는 동네 또는 마을 단위의 소규모 거점 공간
 - 골목경제에서 소비되는 상품과 서비스는 상권의 범위가 작고, 대부분 거주민들의 생산, 거래 및 소비가 의식주 등 일상생활에 소요되는 경제활동의 주종을 차지하고 있음
- 소상공인, 주민 등 거주자가 골목경제의 주요 주체가 되며, 거주자는 생산, 판매, 소비의 역할을 동시에 수행하기도 함
 - 골목경제의 주 생산자는 개인사업체 등 자영업자들로 구성되기 때문에 고용, 매출, 소득 등의 측면에서 영세하며 경기변동에 취약

□ 골목경제는 지역경제의 선순환 및 공동체 복원 등 지역의 사회적 가치 실현에 기여

- 골목경제 주체들의 활동은 사회공헌에 대한 의도에서 비롯된 것이 아니라 활동 그 자체가 사회적 가치를 창출함과 동시에 경제적 이익을 추구하는 것
 - 경제활동의 선순환, 공정거래, 신선한 먹거리 제공, 저소득층 및 취약계층 고용, 지역공동체 복원, 지역사회 생활여건 개선 등이 이에 해당
- 골목경제란 마을의 구성원들이 주도하여 경제공동체를 이루어가는 것이며, 마을 단위의 경제공동체를 육성함으로써 골목을 마을의 커뮤니케이션 거점이자 생활 공간으로 조성하여 사라져가는 마을공동체의 가치를 복원할 수 있음
 - 도시화 및 산업화로 인해 자동차가 증가하고 대형 마트와 프랜차이즈 상점이 골목상권에 침투하여 과거의 전통적인 모습과 골목의 공동체 기능이 점차 상실되어 가고 있음
 - 골목경제 활성화를 통해 공동체 재생, 사회통합, 자원 재활용, 지속가능한 발전 등 바람직한 사회적 가치창출에 기여 가능

□ 골목경제 활성화는 현 정부의 국정과제 정책방향과도 맥락을 같이 함

- 박근혜정부는 지역공동체를 바탕으로 지역 주민의 삶의 질 향상과 주민의 행복증진을 국정과제 중 하나로 제시하고 있음

【박근혜정부 국정과제】 지방분권 강화 및 시민사회 · 지역공동체 활성화(과제번호 115)

- 주민자치회 중심 지역공동체사업 추진

- 2015년 하반기부터 행정자치부는 지역공동체를 강화하고, 주민이 체감할 수 있는 주민주도형 골목경제 활성화 사업을 추진하고 있음

※2015년 시범사업 : 경북 영주(영주로 Young Village), 부산 서구(백년송도골목)

※2016년 공모사업 : 광주 남구(광주 음악의 거리), 전남 순천(변화위복 순천대학교), 강원 평창(양떼 동화마을)

□ 최근 골목경제 활성화에 있어 골목자원을 활용한 사례가 다수 있음

- 공공정책을 추진함에 있어 그동안 객체로 여겨져 왔던 지역주민이 스스로 주체가 되어 지역의 현안문제 해결에 자발적으로 참여하여 사업 추진
- '서울 목2동 난쟁이마을'과 '광주 양림동 근대문화골목'의 경우 지역의 인적자원과 문화 · 역사자원을 활용하여 지역주민들과 소통하고 골목의 활성화에 기여

- 지역주민들과 함께 지역의 자원을 발굴하고, 민·관 협력네트워크를 구축하여 다양한 사업을 추진
- 그 결과 지역의 인지도 제고 및 지역 소득 및 일자리 등 경제적 성과 창출, 지역공동체 복원 등 지속가능한 지역발전 및 지역경제에 기여하고 있음

〈서울 목2동 난쟁이마을〉



〈광주 양림동 근대문화골목〉



□ 지속가능한 지역발전의 핵심동력으로서 골목경제 활성화를 위한 정책 추진필요

- 골목경제는 거주자를 중심으로 하는 소규모(영세) 생활경제로 마을 단위의 경제 공동체를 육성함으로써 지역 내 선순환 경제 구축 및 마을공동체의 가치 복원 등 사회적 가치 실현에 있어 최적의 경제단위
 - 지역주민의 소득 향상, 고용창출, 지역 내 소득 순환시스템 및 지속가능한 지역사회 구축을 위해서는 지역경제에서 가장 근간이 되는 경제단위인 골목경제와 골목경제를 구성하고 있는 상인, 주민에 대한 관심과 지원이 필요
- 따라서 지역의 골목자원을 발굴 및 효과적 활용으로 지역 내 소규모 경제단위인 골목경제 활성화 성과가 지역경제 전체로 확산되게 함으로써 지속가능한 지역경제 활성화 모델 창출 필요

2. 전라북도 주요 골목자원 현황

- 전라북도 골목자원 현황은 시군 행정의 협조를 받았으며, 골목규모, 입지(해당시군), 공동체조직 구성여부, 연계사업 추진현황 등을 기준으로 조사 및 분류
- 조사 결과 전라북도 골목자원은 총 24곳으로 다양한 유무형 가치를 가진 골목자원을 보유하고 있었음
 - 지역별로는 전주가 5곳으로 가장 많았고, 고창 3곳, 군산, 정읍, 남원, 순창 등이 각각 2곳, 그 외의 지역들은 각각 1곳으로 조사·응답됨
 - 입지별로는 원도심 및 시군 중심지에 위치하고 있는 골목 10곳, 관광지 10곳, 전통시장 3곳, 기타 1곳 등으로 나타남

〈전라북도 주요 골목 분포 현황〉



- 골목경제 공동체 핵심주체가 형성된 골목은 24개 골목자원 중 8곳이며, 나머지 지역은 상가번영회가 주도적인 역할을 하거나 핵심주체가 없는 지역도 있음
 - 동문예술거리(동문예술거리 추진단), 웨딩의 거리 및 차이나 거리(비단길 프리마켓 운영위원회), 동국사가는길(문화공동체 감), 익산 문화예술의 거리(익산문화예술의 거리 주민협의회), 정읍 생화차거리(생화차골목협동조합), 예가람길(예가람길 주민협의회), 고추장민속마을(협동조합 마을이상) 등
- 해당골목의 사업 및 활동 사항은 공동체조직 구성여부와 밀접한 관련이 있음
 - 동문예술의 거리, 익산 문화예술의 거리, 예가람길, 동국사 가는 길 등 공동체조직이 활성화된 지역의 경우 사업 활동이 활발한 것으로 나타남

〈전라북도 시군별 골목자원 현황〉

시군	골목명	골목규모	입지	공동체조직	사업 및 활동
전주 (5)	삼천동 막걸리골목	25개 막걸리 업소 밀집	상점가	삼천동 막걸리골목 상인연합회	- 없음
	동문예술거리	문화예술 공연장, 음식점, 주점, 찻집 등 다양한 업종으로 구성	원도심	동문예술거리 추진단	- 문화예술거리 조성 및 활성화사업 (전라북도, 2012~2016) - 시민문화공간(시민놀이터) 운영 - 창작지원사업(문화컨텐츠 개발지원) - 예술교류 네트워크 지원사업
	웨딩의 거리	드레스대여점, 한복, 사진관, 여행사, 청첩장 인쇄소 등 결혼관련 업체 다수 밀집	원도심	비단길 프리마켓 운영위원회	- 보행중심 테마거리 조성사업(국토부) - 특화거리 조성사업 (전주시, 2007.12 완료)
	영화의 거리	극장, 영화호텔 같은 영화관련 업소 및 음식점, 옷가게 등 상점 밀집	원도심	없음	- 특화거리 조성사업 (전주시, 2012.12 완료)
	차이나거리	화교소학교, 신흥상회, 국풍 등 중국관련 상점 3곳, 한복집, 세탁소, 기독교서점, 한약상 등 일반 상점 운영	원도심	비단길 프리마켓 운영위원회	- 차이나 거리 조성사업 (전주시, 2003.10~2004.12)
군산 (2)	월명동 맛의 거리	콩나물 해장국, 생선탕, 갈비집, 국수집, 백반집 등 30~40여곳 밀집	원도심	상가변영회	- 마을가꾸기사업
	월명동 동국 사 가는 길	공방, 게스트하우스, 음식점 등 20여개 상점가 입점	원도심	문화공동체 감(感)	- 1930 근대군산 시간여행
익산 (1)	문화예술의 거리	소규모 공연장, 아트카페, 전통 찻집, 화실과 공방, 갤러리 등 문화예술과 공방 중심의 거리 (맛집 26개, 예술공방 14개 등)	원도심	익산문화예술의 거리 주민협의회	- 익산 문화예술의 거리 조성 및 활성화사업(전라북도, 2012~2016) - 경관협정 시범지구 선정(국토해양부) - 사업활동 • 문화예술관련거점 (창작스튜디오, 문화매개 공간 '몽클') • 프리바자회, 길거리공연, 주민문화학교, 거리방송국, 주민문화동호회 운영
정읍 (2)	쌍화차 거리	전통찻집, 인력사무소, 건강원, 차활인매장, 문화센터, 장애인 협회 등	원도심	쌍화차골목 협동조합	- 전설의 쌍화차거리 조형물 및 안내판 설치
	방앗간 골목 (샘고을 시장)	일반적인 전통시장의 시장상점과 방앗간 5여곳 밀집	전통 시장	상인연합회	- 문화관광형시장(2012~2015)
남원 (2)	추여탕거리	광한루 주변 추여탕집 20여개 밀집	관광지	상가변영회	- 문화체육관광부 음식테마거리 관광활성화(2012)
	예가람 길	공방, 카페, 학원, 음식점 등 20 여개 이상 상점 입지	원도심	예가람길 협의회, 예가람길 운영위원회	- 문화예술의거리 조성사업(2012~2016) - 수공예 능기부 무료체험 - 예그리나 거리공연 - 토요예술시장, 문화페스티벌
김제 (1)	심포 횡집거리	조개구이, 회, 백반, 추여탕 등 음식점 15여곳	관광지	없음	- 새만금 내부개발중
완주 (1)	삼례역 참골목	삼례문화예술촌, 게스트하우스, 세계막사발미술관, 삼례성당	관광지	없음	- 삼례농촌중심지활성화사업 - 삼례문화예술촌 1, 2, 3단계사업 - 삼례문화예술촌 책마을 사업 - 세계막사발미술관조성사업 - 삼례역로 특화가로 정비사업 - 삼례시장현대화사업 등
진안 (1)	남부 마이산 등갈비거리	등갈비 음식점, 약재판매상, 공예품 판매 등	관광지	없음	- 없음
무주 (1)	어죽거리	읍내 어죽집 5곳, 그 외 어죽집 10곳 정도	관광지	없음	- 없음

시군	골목명	골목규모	입지	공동체조직	사업 및 활동
장수 (1)	장수시장 먹거리골목	시장내 20여개 점포(음식관련은 국수집 2곳, 고깃집 1곳 운영)	전통 시장	상인연합회	- 전통시장 관련사업
임실 (1)	운암 매운탕거리	비운영 매운탕집 5곳 운영매운탕집 4곳	관광지	없음	- 없음
순창 (2)	순대촌 (순창시장)	전통시장 내 5곳	전통 시장	상인연합회	- 전통시장 관련사업
	고추장 민속마을	고추장 판매점 36곳	관광지	협동조합 마을이장	- 순창 고추장마을 조성사업 (2003~2007) - 고추장민속마을 경관개선사업 (2015~2016) - 한국 전통 발효문화산업 시범지구 (2015) - 순창 장류축제(2005~)
고창 (3)	선운사 풍천장어길	풍천장어 전문 약45개 음식점	관광지	상가번영회	- 북분자클러스터 조성사업 (지식경제부) - 우수외식업지구 육성사업 대상 지구 (농식품부, 2013) - 풍천장어와 함께하는 고창북분자와 수박축제(2013~)
	구시포 찰국미길	찰국미 전문 음식점 20여개	관광지	상가번영회	- 구시포 찰국미 축제(2012~)
	고창읍성 길	주변 옛거리 장터로 음식점 5곳, 인근 상가 밀집지역	관광지	상가번영회	- 문화체험거리 조성사업 (2009~2013) - 2016 자연마당 조성사업 (2016~2018)
부안 (1)	물의 거리	음식점, 세탁소, 옷가게, 카페 등 50여곳, 소공연장	중심지	상가번영회	- 물의거리 조성사업(2005~2006) - 부안 마실길 축제 - 프리마켓, 콩클대회, 노래자랑 등

3. 전라북도 골목경제 활성화 전략 : 생생골목 만들기

1) 골목경제 활성화 추진 기본방향

- 골목경제란 소상공인, 자영업자, 주민 등 골목(마을)의 구성원들 주도로 경제공동체를 형성하는 것이기 때문에, 골목경제 활성화란 구성원 및 지역사회의 공동이익을 고려하며 지역의 공동체성을 복원·확산되는 것을 의미
- 따라서 '지속가능한 골목경제 공동체'를 위한 골목경제 활성화 방향은 '지역자원 활용', '지역주민 주도', '지역주민 체감' 등 3가지로 제시
 - 해당 골목 고유의 무유형 가치를 활용하되, 창의적인 아이디어를 발현하여 골목경제 구성원들의 자발적 참여를 유도하고 지역주민이 체감할 수 있는 사업을 추진함으로써 지역사회 경제공동체 복원 및 확산에 기여하도록 해야 함

(1) 지역자원 활용

□ 활용 가능한 유·무형 자원 발굴

- 전라북도 경제·사회·문화 등 해당 골목(지역)의 정체성 및 경제적 효과를 향상시킬 수 있는 구체적 자원일수록 효과적임
 - 유형 자원 : 역사자원, 경관시설, 문화시설 등
 - 무형 자원 : 지역 유명인물, 무형문화재 등

□ 골목경제 콘텐츠 개발·사업화

- 지역이 보유하고 있는 유·무형의 자원을 활용하여 지역의 가치를 높일 수 있는 상품화 과정이 필요
 - 골목경제 콘텐츠를 활용한 스토리텔링 또는 새로운 콘텐츠를 도입하여 지역 전체 및 전국적으로 확산시킬 수 있는 프로그램 발굴 필요

(2) 지역주민 주도

□ 골목경제 협의체 구성

- 골목경제 협의체는 사업의 추진주체로서 골목에 대한 다양한 정보 공유를 통해 주민들의 관심과 참여를 유도하고, 다양한 주민의견 수렴 및 갈등조정 기능을 수행
 - 골목경제 협의체는 지역 주민, 상인, 지역 활동가 등 골목의 구성원으로 조직화하고, 자율적이고 민주적으로 운영

□ 혁신리더 육성

- 지역의 골목자원의 가치를 높이는 가장 효율적인 방법은 인적자산의 가치를 높이는 것이며, 혁신리더의 존재유무에 따라 골목경제의 성공 여부 결정
 - 즉 지역의 골목자원을 발굴하고 창조성을 발현하는 리더는 골목경제의 활성화에 중요한 역할을 수행
- 혁신리더가 지역의 인적·사회적 자본을 선도하고, 지역의 역량을 강화시키며, 지역혁신리더의 확고한 신념과 리더쉽으로 주민을 설득하고 조직화했을 때, 원활한 사업 추진가능

(3) 지역주민 체감

□ 매력있는 골목 조성

- 골목(지역)의 정체성 및 적합성을 반영하는 매력적인 공간은 지역 주민의 만남, 소통의 장으로 역할 수행뿐만 아니라, 관광객의 유입을 촉진하는 매개가 됨
 - 지역 자원의 이미지를 구현하고 해당 골목(지역)의 공간적 질을 확보하기 위하여 지역 디자인 개념을 도입하여 랜드마크 조성 및 편의시설 확충 등 골목 경관 정비 필요

□ 골목 커뮤니티네트워킹 지원

- 골목경제 활성화를 위해서는 골목경제 공동체의 역량강화와 상호간 합의와 협력에 의한 다양한 프로그램이 필요함
 - 골목경제의 주체들간에 화합과 연대를 강화하고, 공동체의식을 향상시키기 위한 프로그램(워크숍, 동아리, 골목축제 등) 운영 필요

〈골목경제 활성화 방향〉



2) 골목경제 활성화 전략: (가칭)생생골목 프로젝트

(1) 사업구상(안)

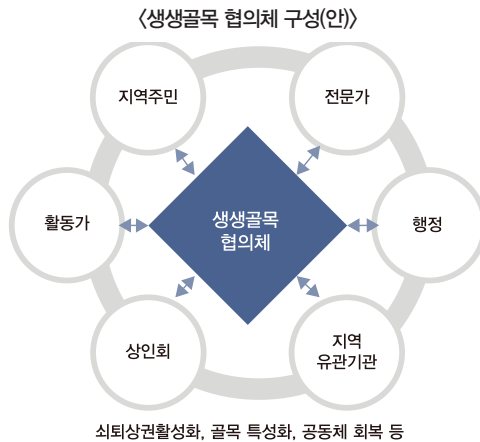
□ 1시군 1대표 생생골목 육성

- 목적 : 해당지역의 특별한 문화, 역사, 예술, 음식, 인물 등 이야기가 있는 골목을 발굴하고, 그 골목이 가진 자원의 가치를 극대화함으로써 골목경제공동체 복원 및 지역경제 활성화 확산을 도모하기 위함
- 사업대상 : 전라북도 14개 시군 내 이야기가 있는 골목
- 사업유형 : 골목은 골목자원의 유형에 따라 ①문화자원형, ②역사자원형, ③예술자원형, ④음식자원형, ⑤인물자원형 등으로 분류하고 공간적 특성에 따라 ①도심상권형, ②농촌중심지형으로 구분

구분	사업유형	주요내용
자원 유형	①문화자원형	지역 고유의 문화를 활용한 골목경제 활성화
	②역사자원형	지역 전통의 역사자원을 활용한 골목경제 활성화
	③예술자원형	지역이 가진 예술적 특성을 활용한 골목경제 활성화
	④음식자원형	지역의 특산물, 음식과 연계한 골목상권 활성화
	⑤인물자원형	해당지역과 관련있는 위인, 유명인을 자원화함으로써 골목 활성화(명소화)
공간 특성	①도심상권형	도내 6개 시지역(전주, 군산, 익산, 정읍, 김제, 남원)
	②농촌중심지형	도내 8개 군지역(완주, 무주, 진안, 장수, 임실, 순창, 고창, 부안)

□ **생생골목경제 협의체 구성**

- 생생골목경제 협의체는 지역주민, 상인, 소상공인, 마을기업(사회적기업), 활동가, 공무원, 지역(도, 시, 군)의원 등 사업과 관련된 구성원들로 조직
 - 협의체는 의사결정기구로 관련 생생골목 만들기사업 주관
- 생생골목경제 협의체는 이사회, 실행위원회 등의 하위조직을 설치하고, 대표자를 선출하여 규약을 제정하고 자율적으로 운영



□ **생생골목 장소만들기**

- 만남과 소통의 장소로서 골목을 명소화함으로써 지역의 인지도를 높이고 집객효과를 높일 수 있도록 콘텐츠(하드웨어+소프트웨어)개발이 필요
- 골목의 기반시설, 편의시설, 공동체시설과 골목의 경관을 지역의 디자인 개념을 도입·정비하여 랜드마크로 활용
- 골목 고유의 특성을 반영한 살아있는 생생골목 공간으로 만들기 위해 골목해설사를 배치하고 골목소식지, 골목지도 등을 제작하여 홍보

□ **생생골목 공동체 프로그램 운영**

- 지속가능한 골목경제 공동체 육성을 위해서는 골목을 구성하고 있는 구성원들의 공동체 의식을 높이고 필요한 역량을 갖추어야 하며, 주민들이 참여하는 과정은 역량개발 과정이라 할 수 있음
- 즉, 주민들의 단순참여가 아닌 골목 구성원들이 상호 합의와 협력에 의한 사업을 추진하기 위하여 공동체 프로그램이 필요
 - 골목경제 공동체 역량 및 자발적 참여를 위해 사업의 이해와 공유, 정보 제공 등의 워크샵을 주관하고, 마을축제, 동아리 등 공동체 네트워킹 지원
 - 지역 주민들과 파트너십을 가지고 일할 수 있는 지역 전문가(리더)를 양성하고 골목경제 공동체 정신을 갖추도록 교육과 지원

□ 생생골목 패스라인 구축

- 생생골목 패스라인 : 전라북도 14개 시·군 생생골목을 잇는 교통, 음식·숙박, 관광, 체험 등의 서비스를 종합적으로 이용할 수 있는 패스
- 추진방법 : 14개 시·군 생생골목을 연계하는 관광패스라인 시스템으로 현재 운영중인 전라북도 관광패스라인과 연계하여 운영

〈생생골목간 연계 패스라인 개념〉



(2) 사업 추진방식

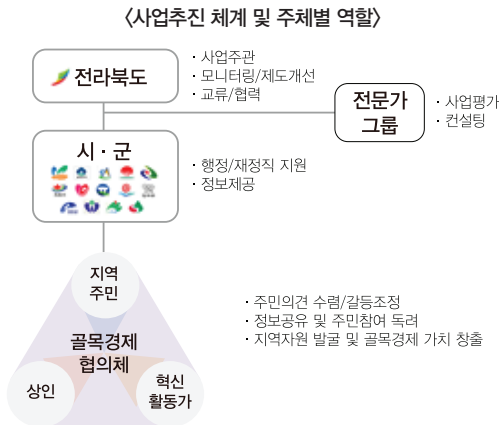
- 골목경제활성화(생생골목만들기) 사업은 해당지역이 가진 골목의 특성과 자원을 효과적으로 활용하여 골목경제 활성화에 있어 상인·거주민 등 골목의 주체들이 주도하는 방식으로 추진
- 골목(지역)이 가진 잠재적 가치를 활용한 골목경제 활성화 및 골목경제 공동체 육성을 위해서는 사업의 주관기관인 전라북도와 시·군, 지역공동체, 유관기관 및 단체 등 거버넌스 차원에서 협력해야 함

□ 골목경제 협의체

- 골목의 구성원인 주민, 상인, 활동가 등으로 골목경제 협의체를 구성하고, 해당 골목에 필요한 사업 아이템 발굴, 간담회 등을 개최하여 창조성이 발현된 사업을 계획·시행
- 골목경제 협의체는 골목경제 활성화의 시너지효과를 위하여 전라북도 내 관련 유관기관 및 사업과 연계하여 사업 추진 가능

□ 전라북도

- 생생골목만들기 사업을 주관하고 관련 재정지원 및 사업 선정기준, 평가체계 표준모델 구축 등을 통해 정책의 효과적 추진에 기여
- 사업 추진 시 컨설팅과 모니터링을 실시하여 골목경제 성공모델로 정착하도록 지도하고, 사업 진행 상황 및 사업비 집행에 대한 지도와 감독 시행



□ 시군

- 지역 주민이 자발적인 참여와 주도하에 생생골목만들기 사업이 원활히 추진될 수 있도록 행정적·재정적 지원
- 생생골목만들기 사업을 통해 지역경제 활성화와 지역 명소화가 가능하도록 주변 지역주민 역량강화 교육, 인프라, 환경, 제도 등을 개선 및 정비

□ 전문가 그룹

- 생생골목만들기 사업이 원활히 추진되고, 지역경제 활성화 성공모델로 정착할 수 있도록 사업주관기관인 전라북도에서 관련 전문가그룹 구성
- 전문가 그룹은 사업단계별로 골목경제 협의체에 컨설팅 및 자문 지원

4. 골목경제 활성화를 위한 제도적 지원방안

1) 영세소상공인 지원정책 사각지대 발굴 및 지원제도 마련

- 대형유통기업의 골목상권 진출로 인한 지역경제 붕괴위기에 따라 정부 및 지자체가 전통시장 및 지역 중심상점가에 대한 지원을 추진해왔지만, 서민경제의 근간이 되는 골목경제는 정부 및 지자체의 각종 지원에서 소외
 - 중소기업청 「전통시장 활성화 지원정사업」의 경우 무등록·미인정 시장과 상인연합회가 구성되지 않은 영세시장은 지원을 받지 못해, 전통시장 내에서도 정책지원 수혜에 있어 빈익빈부익부 현상이 가중
 - 국토부 「도시활력증진지역개발사업」¹⁾과 「도시재생사업」도 도시지역의 활성화를 위한 사업으로 도농복합도시 및 농촌지역으로 구성된 전라북도 내 영세지역상권의 경우 사업지원의 기회가 부족

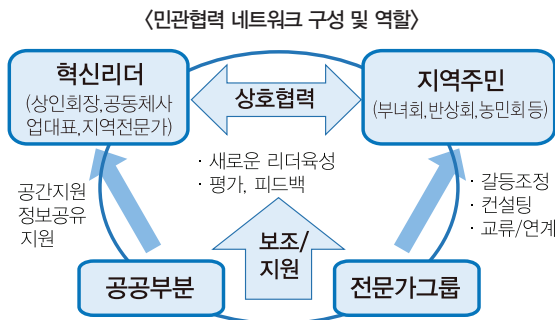
1) 도시활력증진지역 개발사업은 특별시·광역시·시의 시·군·구 지역 중 도·농복합형태의 시를 제외한 전 지역 대상

- 전라북도 서민경제 및 골목경제 공동체가 붕괴되어 가고 있는 상황에서 기존의 제도영역 밖에 있어 각종 지원에서 제외된 골목경제의 복원 및 활성화를 위하여 실질적인 정책 지원 필요
- 이를 위하여 영세한 골목경제에 대한 지원 제도를 마련하고, 정부시책과 별도로 골목경제 활성화 대상지역을 선정하여 시범사업을 추진할 필요가 있음



2) 골목경제 활성화 민관협력 네트워크 구축 필요

- 골목경제 활성화 사업에 있어 지역주민의 참여와 협력은 필수 전제조건이며, 골목경제 활성화의 성공은 지역주민들의 적극적 참여에 달려 있음
 - ‘목2동 골목경제 활성화 사례’에서 나타난 바와 같이 사업이 활성화될 때, 각종 지역경제 활성화 사업시 지역주민들의 적극적 참여와 협력을 이끌어낼 수 있으며, 주민이 주도하는 사업이 정착될 때, 골목경제의 지속가능한 발전에 기여할 수 있음
- 따라서 지역 혁신리더, 지역주민, 행정, 전문가 등이 상호협력하여 골목경제 활성화 사업을 추진할 수 있도록 민관협력 네트워크 구축 필요
 - 혁신리더는 지역주민과 협력하면서 새로운 리더 육성, 사업의 평가 및 피드백을 공동으로 수행
 - 공공부문과 전문가그룹은 혁신리더와 지역주민주도의 사업을 지원해주는 역할을 수행



자료: 김선기 · 이소영(2007), 이정석(2013) 자료를 참고하여 재구성

3) 젠트리피케이션²⁾에 대한 적극적 대응

- 최근 흥익대 인근, 상수동, 경리단길, 삼청동, 신사동 가로수길 등 임대료가 저렴한 도심지역에 예술가들의 유입으로 갤러리, 공방, 소규모 카페 등이 생겨났으며 입소문을 타고 유명해지면서 유동인구가 늘어나게 됨
- 이에 따라 대규모 프랜차이즈 상점들이 입점하게 되면서 임대료가 상승하자 원주민들과 기존의 상인들이 치솟는 임대료를 감당하지 못하고 쫓겨나는 젠트리피케이션(gentrification) 현상이 발생하고 있으며, 그 결과 기존의 독특한 분위기와 문화를 가진 골목은 사라지고, 대규모 상업지구로 변화하게 됨
- 따라서 서민경제와 문화의 중심지로서의 골목의 가치와 영세한 원조상인을 보호하기 위한 제도적 지원책이 마련될 필요가 있으며, 소속 골목에 대한 주민들의 관심 및 지속적 참여가 필요함

2) 젠트리피케이션: 구도심이 번성해 중산층 이상의 사람들이 몰리면서, 임대료가 오르고 원주민이 내몰리는 현상을 이르는 용어로 1964년 영국의 사회학자 루스클래스(R.Glass)가 처음 사용했음
(네이버 시사상식사전 참고)

〈보호상업구역 지정(프랑스 파리)〉

- 프랑스 파리는 2006년 소매업과 수공업 보호를 위해 도시기본계획인 「파리도시계획」을 수립하면서 보호조치가 필요한 특정거리를 '보호상업구역'으로 지정
- '보호 상업구역'으로 지정되면, 건물 1층에 입점한 기존 소매점과 수공업 시설은 다른 용도로 전환할 수 없음

〈서대문구 신청 상권 임대료 안정화 협약 체결(2014. 2. 28)〉

- 서울 서대문구 신촌 일대의 건물주와 임차인들이 상권 활성화를 위해 '신촌상가 임대료 안정화를 위한 협약 체결
- 협약내용은 ①건물주와 임대차 계약기간 동안(5년)의 월세와 보증금 증액 청구 불가 ②신촌상권 활성화 저해 행위 저지 ③ 구청의 적극적인 행정지원 등으로 구성

〈서울시 성동구 지역공동체 상호협력과 지속가능발전구역 지정에 관한 조례 지정(2015)〉

제5조(지속가능발전구역 지정 기본원칙) 제1항

1. 지역공동체 생태계 및 지역상권 보호
2. 일자리 창출 및 도시경쟁력 강화
3. 지역활동가 등의 활동 환경 조성 및 지원
4. 지역 문화 가치 향상 및 주민역량 강화

참고자료

- 김선기 · 이소영(2007), 「주민주도형 지역만들기 추진모형」, 한국지방행정연구원.
- 김현호(2013), 「지방자치단체주도의 지역공동체 활성화 방안」, 한국지방행정연구원
- 박진경(2015), 「주민주도형 골목경제 활성화 지원사업 추진방안」, 한국지방행정연구원
- 전대욱 · 박승규 · 최인수(2012), 「지역공동체 주도의 발전전략 연구」, 한국지방행정연구원
- 장세영, 「문화적 도시재생을 위한 지역문화매개자의 역할 분석-광주광역시 양림동을 중심으로」, 전남대학교 문화전문대학원 석사학위논문, 2015
- 신선화 · 최강림(2012), “서점을 주제로 한 특화거리조성 사례분석-부산시 ‘보수동 책방골목’을 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.12, No.12, 2012
- 이용성 · 정석(2008), “참여주체관점에서 특화거리의 활성화 요인 분석-분당신도시 정자동카페거리 조성사례를중심으로”, 한국도시계획학회 춘계 학술대회 발표논문 pp.509-519
- 이정석(2013), 주민주도 지역혁신의 필요성과 성공조건, BD포커스, 부산발전연구원
- 진영호(2012), “상권 활성화와 도시재생이 공생하는 상권만들기”, 국토 370
- 충청남도(2014), 「군 관련 자원을 활용한 지역경제 활성화 방안 연구용역 보고서」
- 행정자치부(2010), 「지역경제활성화를 위한 지역브랜드 육성전략 실천 프로그램 개발」
- 행정자치부(2013), 「현대적 지역공동체 모델정립 및 활성화 방안 연구」
- 홍인옥(2012), 「특화거리조성사업의 성과와 과제:종로노점거리를 중심으로」, 서울연구원